

豆包手机助手持证上岗

9月14日,豆包手机助手消费者版本正式发布,首款搭载该助手的新机努比亚NaviX Ultra将于9月16日正式开售。

此刻,距离豆包手机助手首次以“技术预览版”形态亮相已过去约9个月,产品从工程样机阶段走向大众市场,实现“持证上岗”。

北京商报记者了解到,此次发布的消费者版本以豆包App为基础,与手机厂商在系统层面展开合作,围绕交互、任务执行、本地记忆及检索等核心体验进行打磨。相比去年底的技术预览版,新版本更强调稳定性和日常可用性。

交互上,消费者版本支持语音和专属AI键唤醒,AI键集成指纹鉴权,验证后可直接调用助手。屏幕问答是此次重点展示的能力:用户无需截图或切换应用,即可让助手结合当前屏幕内容继续处理任务——例如打开相机对准室内环境后说出选购需求,助手便能结合画面信息在电商平台筛选商品。类似的屏幕上下文理解能力此前也出现在苹果Siri和Apple Intelligence的演示中,手机AI助手从问答转向理解场景并执行任务,成为行业当下的共同路线选择。

个人化方面,豆包手机助手可在用户授权下检索相册、短信、便签等本地数据,例如直接回答港澳通行证到期时间。办公场景下升级了录音体验并接入飞书妙记,可结合本地搜索追问具体内容;用户也可手动保存当前屏幕内容,形成可检索的本地记忆。任务执行上,以打车上班为例,用户说出“帮我叫一辆去公司的车”,助手即可确认用户常用的地址并自动选择车型下单。

回溯这一产品的演进路径:2025年12月1日,豆包手机助手技术预览版发布,落地机型为与中兴联合打造的努比亚M153,定位“工程样机”,原本仅面向行业人士开放体验,但

豆包手机助手关键时间节点



2025年12月1日

豆包手机助手技术预览版发布;落地机型为与中兴联合打造的努比亚M153,定位“工程样机”

2026年7月15日

国家网信办公布7款手机端侧生成式人工智能服务备案信息,努比亚豆包手机大模型在列

2026年9月14日

豆包手机助手消费者版本正式发布

2026年9月16日

首款搭载该助手的新机努比亚NaviX Ultra正式开售

发布后迅速供不应求,二手市场价格一度炒至翻倍。

豆包方面特别提到,技术预览版发布后备受关注的“操作手机”功能,此次仍以Beta版形式向用户开放。针对隐私和安全,豆包手机助手推出了屏幕自动化操作声明协议(SAEP),并启动为期30天的规则公示。根据该协议,第三方应用可自主声明操作边界,明确允许或拒绝AI助手在本应用内进行屏幕自动化操作;豆包方面表示将充分尊重开发者意愿,对明确拒绝的应用不会进行自动化操作。

此外,消费者版本在数据收集和处理上遵循“合理必要”与“用户自主控制”原则,建立了Agent防护体系,对可操作范围进行分层分级管理,完整隐私安全白皮书已在官网公布。

行业层面,端侧AI正加速进入合规落地阶段。2026年7月15日,国家网信办公布7款手机端侧生成式人工智能服务备案信息:

Apple智能、华为小艺AI大模型、OPPO AndesGPT大模型、vivo蓝心端侧大模型、小米澎湃AI、三星盖乐世AI及努比亚豆包手机大模型完成备案,手机内置模型及系统级AI功能被纳入监管框架,为相关能力在国内手机产品中合规落地奠定基础。同期,阶跃星辰发布AI终端品牌STEPX及首款智能体手机STEPX Neo,其端侧模型支持低时延本地推理与端云协同调度,并已与携程、支付宝、滴滴、美团等平台合作。

对此,东吴证券研报指出,手机端侧生成式AI服务集中备案标志着行业在合规、生态和产品落地层面取得重要进展,端侧AI商业化落地取得重大突破。随着苹果、华为、小米、OPPO、vivo、三星及努比亚等主流终端厂商加快AI能力布局,手机、PC、AI眼镜等终端有望进入新一轮软硬件协同的升级周期。

北京商报记者 王天逸

图片来源:视觉中国

零钱通风波背后的监管边界

一场覆盖数亿用户的金融谣言,近日悄然刷屏。有网传消息称,自9月30日起,零钱通、余额宝将无法再直接用于付款,需要把钱提前转出到微信零钱、支付宝余额才能消费,这令不少习惯使用零钱通、余额宝的用户担心账户资金的正常使用受到影响。

对此,微信官方回复北京商报记者,近期网传相关内容为不实信息,零钱通始终坚持合规运营,相关功能不受影响,用户可放心使用。

另外,接近余额宝的人士也辟谣表示,“没有的事。零钱通、余额宝都能正常付款,不受影响”。

此次舆论风波的源头,是今年上半年多部门联合发布的《金融产品网络营销管理办法》(以下简称《办法》)。该《办法》将自2026年9月30日起正式施行,其中第十二条明确划定边界:“非银行支付机构不得将贷款、资产管理产品等金融产品列入支付工具选项,不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务。”

在业内专家看来,该条款由两项相互支撑的禁止性要求构成,前半句规范支付场景展示逻辑,后半句切断金融营销变现路径,共同构成对支付机构金融业务模式的系统性约束。

博通咨询首席分析师王蓬博告诉北京商报记者,针对“不得将贷款和资管产品列入支付工具选项”,结合八部门答记者问内容,监管的核心要求在于:支付机构收银台页面中,支付工具须与贷款类金融产品、理财产品清晰区隔展示,不得引发用户混淆。

博通分析认为,本条禁止的是将信贷产品等同于支付工具、默认勾选信贷支付方式、将信贷产品与余额、银行卡等支付工具并列展示,支付操作自动跳转信贷产品等误导性行为,以从源头防范用户在不知情或误操作的情况下使用信贷服务。

“在清晰区隔、无诱导误导的前提下,贷款类产品在收银台非支付工具区域独立展

示,应符合监管导向。也就是说,贷款产品不能放在支付选项里,但可以在收银台页面的其他区域展示,展示时必须与支付工具区隔清楚,比如标示清楚贷款类产品属性。”王蓬博进一步解释,监管这样设计科学且人性化,既解决了过去最核心的问题——用户在不知情或误操作的情况下使用信贷服务,又没有“一刀切”地禁止贷款产品在收银台展示,兼顾了用户的实际需求与行业的合理发展。

此外,“不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务”是第十二条的核心约束,指非银行支付机构不得以任何形式开展线上金融产品推广活动,包括但不限于在还款页投放广告,通过算法推荐信贷产品、推送营销信息、以优惠活动诱导等。

这意味着,支付机构由此前的金融产品核心营销渠道,回归为基础支付服务的提供主体,不再保有金融产品营销与导流的业务空间。

王蓬博认为,《办法》的初衷是推动消费金融与支付行业规范、健康、长远发展。其根本目的是清晰划分业务边界,帮助普通消费者直观区分常规支付工具与消费信贷产品,厘清两类产品的属性差异,减少因概念混淆引发的消费纠纷、过度借贷等各类风险问题。区隔展示也完全不同于“禁止零钱通、余额宝资金用于支付”或“禁止在收银台展示”。

业内指出,过去部分平台把花呗、白条等信贷产品与银行卡、余额等支付工具并列展示,甚至默认勾选,用户可能在不知情的情况下“无感借贷”,进而过度负债。此次新规落地,标志着互联网金融进入精细化合规时代,支付归支付、理财归理财、信贷归信贷,三类业务场景彻底分离、边界清晰。

此外,新规还明确,金融产品网络营销不得使用“低门槛”“秒到账”“低利率”等诱导性用语,也不得以支付优惠为名诱导用户开通信贷,避免虚假营销与冲动消费。

北京商报记者 刘四红

